

**PENGARUH PERSEPSI, PREFERENSI, DAN MOTIVASI
NASABAH TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK
PEMBIAYAAN DI BAITUL MAAL WA TAMWILISTIQOMAH
TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Dalam Keilmuan Perbankan Syariah



Oleh
Ratna Nur Wulandari
NIM 2823123121

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) TULUNGAGUNG
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “ Pengaruh Persepsi, Preferensi dan Motivasi Nasabah Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan Di BMT Istiqomah Tulungagung” yang ditulis oleh Ratna Nur Wulandari, NIM. 2823123121 ini adalah telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Tulungagung, 16 Juni 2016

Pembimbing

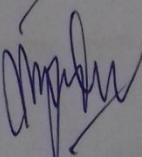


Muhammad Aswad, MA

NIP. 19750614 200801 1 009

Mengetahui,

Kepala Jurusan Perbankan Syariah



Muhammad Aqim Adlan, M. E. I

NIP. 19740416 200801 1 008

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI, PREFERENSI, DAN MOTIVASI NASABAH
TERHADAP MINAT MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN Di BMT
ISTIQOMAH TULUNGAGUNG

SKRIPSI

Disusun Oleh

RATNA NUR WULANDARI

NIM 2823123121

telah dipertahankan di depan dewan pengaji pada tanggal 27 Juni 2016 dan telah
dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar strata
satu Sarjana Ekonomi Syariah (SE. Sy)

Dewan Pengaji

Ketua Pengaji :

Dr. Agus Eko Sujianto, SE. MM

NIP.19710807 200501 1 003

Pengaji Utama :

Drs. H. Mashudi, M.Pd.I

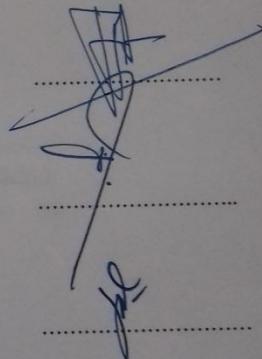
NIP.19690131 200112 1 003

Sekertaris/Pengaji :

Muhammad Aswad, MA

NIP. 19750614 200801 1 009

Tanda Tangan



Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Tulungagung

H. Dede Nurohman, M. Ag

NIP. 19711218 200212 1 003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ratna Nuw Wulandari
NIM : 2823123121
Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi/karya tulis yang berjudul **Pengaruh Persepsi, Preferensi dan Motivasi Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung** ini merupakan hasil karya saya sendiri, bebas dari segala unsur plagiasi. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apabila terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi/karyatulis ini terkandung unsure atau cirri plagiasi dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Tulungagung, 16 Juni 2016

Yang membuat pernyataan



Ratna Nur Wulandari

NIM 2823123121

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ عَامَلُوا أَنفُوًا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا وَإِن كُنْتُمْ مُّؤْمِنِينَ ﴿٢٧٩﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأَذْنُوا بِخَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْثِمُ فَلَكُمْ رُغْوُنٌ أَمْوَالَكُمْ لَا تُظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ



“Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum di pungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rosul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak dianiaya.”(QS. Al-Baqarah : 278-279)¹

¹Yayasan Penerjemah Al-Quran Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahnya Edisi Revisi Tahun 2006 :Juz 3 (CV. Pustaka Agung Harapan, 2006)*, hal., 55.

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan kepada :

Ayahku tercinta, Bapak Supiyan, yang telah mencukupi segala kebutuhanku selama menjalani masa pendidikan serta pengorbanannya hingga saya dapat

dijenjang ini

Ibuku tercinta, Ibu Mujinah, yang banyak memberikan dukungan dalam nasehat serta masukannya dalam berbagai hal

om dan tanteku, syaifudin dan Memy yang telah banyak memberikan masukan dalam penyelesaikan karya ini

Personil “The G” Beb Nurul, Beb Laily, dan Beb Rya yang banyak memberikan support, tempat curahan hati, dan kasih sayang dalam suka dan duka

Inna (Ittus), Farhana, Hetik, Abad, Rifqy yang telah memberikan semangat dan dukungan serta banyak meluangkankan waktu untuk menyelesaikan karya tulis ini Sahabat-Sahabatku PS-D yang banyak memberikan canda tawa serta pelajaran-

pelajaran berharga bersama kalian

Para Dosen yang bersedia membagi ilmunya serta pengalaman-pengalamannya Semua pihak yang telah membantu terselesaiannya karya ini

PRAKATA

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, Dzat yang telah memberikan segenap rahmat, karunia serta hidayah-Nya, khususnya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang selalu diharapkan syafaatnya di hari akhir nanti, tak lupa kepada keluarga dan para sahabat atau orang-orang yang mengikuti jejaknya.

Sehubungan dengan selesainya skripsi ini, dengan rendah hati penulis hanya bisa mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, baik berupa moril maupun materiil, terutama kepada:

1. Bapak Dr. Maftukhin, M.Ag., selaku Rektor IAIN Tulungagung
2. Bapak H. Dede Nurohman, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Muhamad Aqim Adlan, S.Ag., S.Pd., M.E.I selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
4. Bapak Muhammad Aswad. S.Ag., M.A. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan disela-sela kesibukannya demi terselesaiannya skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen FEBI IAIN Tulungagung yang telah membimbing dan memberikan wawasannya sehingga studi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Zainul Fuad Manajer BMT Istiqomah Tulungagung Unit Plosokandang yang telah memberikan izin penelitian.
7. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu serta telah memberikan dukungannya baik berupa moril maupun materiil, sehingga dapat terselesaiannya skripsi ini.

Penulis berharap semoga amal kebaikan semua pihak yang ikut membantu demi terselesaiannya skripsi ini diterima oleh Allah SWT dan dicatat sebagai amal shaleh.

Lebih dari itu, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi semua pihak yang membutuhkannya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan demi sempurnanya skripsi ini.

Tulungagung, 16 Juni 2016

Penulis

Ratna Nur Wulandari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN TULISAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	9
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunan Penelitian.....	10
F. Hipotesis Penelitian.....	12
G. Penegasan Istilah.....	12
H. Sistematika Pembahasan	14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Persepsi	
1. Pengertian Persepsi	17
2. Proses Persepsi.....	20
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Menyebabkan Kesalahan pada Persepsi	25

B. Preferensi	
1. Pengertian Preferensi.....	26
2. Sikap dan Dasar Preferensi Konsumen.....	31
C. Motivasi	
1. Pengertian Motivasi.....	33
2. Proses Motivasi.....	35
3. Metode dan Bentuk Pemberian Motivasi.....	38
D. Nasabah.....	40
E. MINAT	
1. Pengertian Minat.....	41
2. Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	42
F. Produk Pembiayaan.....	44
G. Baitul Maal Wa Tamwil	
1. Pengertian BMT.....	48
2. Ciri-ciri BMT.....	49
3. Badan Hukum BMT.....	50
H. PenelitianTerdahulu.....	51
I. Kerangka Konseptual.....	56

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	
1. Pendekatan Penelitian	62
2. Jenis Penelitian.....	62
B. Variabel Penelitian.....	63
C. Populasi dan Sampel Penelitian	
1. Populasi.....	64
2. Teknik Sampling Penelitian	64
3. Sampel.....	65
D. Kisi-kisi Instrumen.....	66
E. Instrumen Penelitian	
1. Uji Validitas	68

2. Uji Reabilitas	69
F. Data dan Sumber Data.....	70
G. Teknik Pengumpulan Data	71
H. Analisis Data	
1. Uji Asumsi Klasik.....	72
2. Uji Linieritas.....	74
3. Uji Hipotesis.....	75
3. Uji Koefisien Determinasi.....	76

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	
1. Sejarah Berdirinya BMT Istiqomah Tulungagung	78
2. Diskripsi Lokasi Penelitian	80
3. Visi dan Misi BMT Istiqomah.....	81
4. Struktur Organisasi.....	82
5. Produk BMT Istiqomah	83
B. Karakteristik Responden	
1. Jenis Kelamin Responden	86
2. Agama Responden	86
3. Umur Responden.....	87
4. Tingkat Pendidikan Responden.....	88
5. Pekerjaan Responden	88
6. Tingkat Penghasilan Bulanan responden	89
7. Lama Menjadi Nasabah	90
8. Produk yang Digunakan oleh Responden	90
9. Apakah Responden Menggunakan Produk Lembaga Lain....	91
10. Darimana Responden Mengetahui Produk BMT Istiqomah	92
C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	93
D. Hasil Analisis Data	
1. Uji Asumsi Klasik.....	94
2. Uji Regresi Berganda	100

3. Uji Hipotesis.....	102
4. Uji Koefisien Determinasi.....	105

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan di BMT IstiqomahTulungagung	107
B. Pengaruh Preferensi Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan di BMT IstiqomahTulungagung	110
C. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan di BMT IstiqomahTulungagung.....	112
D. Pengaruh Persepsi, Preferensi danMotivasi Nasabah Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung	114

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	117
B. Saran	118

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Data Perkembangan Penghimpunan Dana BMT Istiqomah....	4
Tabel 1.2 : Volume Pembiayaan Mikro BMT Istiqomah.....	5
Tabel 1.3 : Jumlah Nasabah BMT Istiqomah Unit Plosokandang.....	5
Tabel 3.1 : Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	67
Tabel 3.2 : Alternatif Nilai Jawaban Angket	72
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin Responden	84
Tabel 4.2 : Agama Responden	85
Tabel 4.3 : Umur Responden	86
Tabel 4.4 : Tingkat Pendidikan Responden	87
Tabel 4.5 : Pekerjaan Responden	87
Tabel 4.6 : Tingkat Penghasilan Bulanan Responden	87
Tabel 4.7 : Lama Menjadi Nasabah BMT.....	89
Tabel 4.8 : Produk yang Digunakan Responden.....	90
Tabel 4.9 : Apakah Responden Menggunakan Produk Lembaga Lain.....	91
Tabel 4.10 : Darimana Responden Mengetahui Produk BMT.....	91
Tabel 4.11: Hasil Uji Validitas Instrumen.....	93
Tabel 4.12 : Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	94
Tabel 4.13 : Hasil Uji Normalitas Data dengan Kolmogorov-Smirnov	95
Tabel 4.14 : Uji Multikolinearitas	98
Tabel 4.15 : Uji Auto Korelasi	99
Tabel 4.16 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	100
Tabel 4.17 : Uji - T.....	102
Tabel 4.18 : Uji - F	104
Tabel 4.19 : Hasil Kolerasi dan Determinasi	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Proses Perseptual	18
Gambar 2.2 :Prinsip-prinsip Organisasi Pengelompokan Perseptual (diadopsi dari Simonson &Drolet, 2014)	84
Gambar 2.3 :Ekspresi Motivasi dalam Pembelian dan Pemakaian Produk.	84
Gambar 4.1 :Uji Probability Plot Untuk Variabel Persepsi	95
Gambar 4.2 :Uji Probability Plot Untuk Variabel Preferensi.....	96
Gambar 4.3 :Uji Probability Plot Untuk Variabel Motivasi	96
Gambar 4.4 :Uji Probability Plot Untuk Variabel Produk-produk BMT....	97
Gambar 4.5 :Hasil Uji Heteroskedastisitas	98

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Koesisioner Penelitian
- Lampiran 2 :Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 :Hasil Analisis Data
- Lampiran 4 : Hasil Data Mentah Angket
- Lampiran 5: r Tabel, Tabel DW, t Tabeldan f Tabel
- Lampiran 6 : Biodata Penulis
- Lampiran 7:Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8: Surat Bukti Penelitian
- Lampiran 9 : Catatan Ujian Skripsi Lampiran
- Lampiran 10 : Dokumentasi

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi, Preferensi, dan Motivasi Nasabah Terhadap Minat Memilih Produk Pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung” ini ditulis oleh Ratna Nur Wulandari, 2823123121, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syari“ah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh Muhammad Aswad, M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengaruh persepsi, preferensi dan motivasi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah Tulungagung. Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadarannya sehingga apa yang dilakukan oleh konsumen merupakan kenyataan yang obyektif yang akan mempengaruhi tindakannya seperti minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah, sehingga persepsi itu sangat berkaitan dengan keputusan memilih atau menggunakan suatu barang atau jasa, jadi apabila persepsi terhadap produk pembiayaan BMT Istiqomah baik maka preferensinya cenderung baik terhadap pemilihan produk pembiayaan yang ada di BMT Istiqomah serta dapat memotivasi nasabah untuk memilih suatu produk pembiayaan BMT Istiqomah.

Penelitian tentang pengaruh persepsi, preferensi dan motivasi nasabah terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah ini menggunakan metode penelitian kuantitatif asosiatif dengan sumber data primer yang diperoleh dari angket yang disebar pada responden BMT Istiqomah Tulungagung. Pengujian penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji f dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t variable persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah dengan nilai signifikan t sebesar 0,046 yang lebih kecil dari 0,05. Untuk hasil uji t variable preferensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah dengan signifikan t sebesar 0,024 yang lebih kecil dari 0,05. Untuk hasil uji t variable motivasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah dengan nilai signifikan t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Sedangkan dari hasil pengujian secara simultan uji F diketahui variable persepsi, preferensi dan motivasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variable minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah. Dimana diperoleh nilai f hitung sebesar 69,911 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan taraf signifikan 0,05. Dari hasil uji Adjusted R Square pada model ini adalah 0,685 hal ini berarti 68% variable minat memilih produk pembiayaan di BMT Istiqomah bisa dijelaskan variable persepsi, preferensi dan motivasi, sedangkan sisanya (100% - 68% = 32%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain.

Kata Kunci : Persepsi, Preferensi, motivasi, Produk BMT

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Perceptions, Preferences, and Motivation Customers to Choose Products Interets of The Financing in BMT Istiqomah Tulungagung" was written by Ratna Nur Wulandari, 2823123121, Faculty of Economics and Business Islam, Islamic Banking Department, State Islamic Institute Tulungagung guided by Muhammad Aswad, M.A.

This research was motivated by the influence of perceptions, preferences and motivation customers to choose products interets of the financing in BMT Istiqomah Tulunagung. Consumer perception is closely related to consciousness so that what is done by consumers is an objective reality that will affect his actions as interets of the financing products in BMT Istiqomah, so that perception is associated with the decision to choose or use of goods or services, so if the perception of the financing BMT Istiqomah better then their preferences tend to be good for the selection against election financing products that is in BMT Istiqomah and can motivate customers to would choose a product financing BMT Istiqomah.

Research on the influence of perceptions, preferences and motivation customers to choose products interets of the financing in BMT Istiqomah using quantitative research methods associative with the source of primary data obtained from the questionnaire that was distributed to respondents BMT Istiqomah Tulungagung. Testing this study using a multiple linear regression analysis with t-test, f and the coefficient of determination.

The results of this study showed that perceptions variable t test results are positive and significant to choose products interets of the financingin BMT Istiqomah with significant t values of 0,046 is less than 0.05. For preference variable t test results are positive and significant to choose products interets of the financingin BMT Istiqomah with significant t values of 0.024 is less than 0.05. T-test for motivation variable influence positively and significantly to choose products interets of the financingin BMT Istiqomah Tulungagung with significant t value of 0.000 is less than 0.05. While the results of simultaneous testing of test F known variable perceptions, preferences and motivations jointly significant effect on variable interest choose financing products in BMT Istiqomah. Where the f values obtained count of 69.911 with a significant level of 0,000 is smaller than the significance level of 0.05. From the test results Adjusted R square on this model is 0, 685 this means 68% of variable interest choose financing products in BMT Istiqomah inexplicable variable perceptions, preferences and motivations, while the rest (100% - 68% = 32%) is explained by causes other.

Keywords: Perception and preferences, motivation, interest